

Dois em cada dez idosos brasileiros usam a internet para fazer compras, mostra pesquisa do SPC Brasil

Principal meio de acesso é pelo smartphone e o relacionamento com família e amigos é a motivação mais citada para usar internet. Aplicativos de celular mais utilizados são de bancos, transporte e viagens

Uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) com idosos acima de 60 anos mapeou o estilo de vida dessa população e a sua relação com a tecnologia, e mostra que mais da metade das pessoas da terceira idade (53,9%) acessam a internet, sendo que 39,3% a utilizam diariamente e **dois em cada dez (19,1%) usam para compras online**. Os eletroeletrônicos (51,2%), eletrodomésticos (43,1%) e viagens (41,9%) são os itens mais comprados pela internet.

Para a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, a pesquisa sugere que ainda há oportunidades significativas para ampliar o comércio eletrônico entre as pessoas com mais de 60 anos. “A adesão ainda relativamente baixa mostra que é preciso engajar mais o público da terceira idade, propondo meios para facilitar seu acesso a esse canal de venda”, explica. “Além disso, linhas de produtos específicos para os idosos, em áreas facilmente acessíveis, poderiam proporcionar uma melhor experiência e estimulá-los a se interessar mais pelas compras online.”

Principais aplicativos: bancos, transporte e viagens

O levantamento identificou que o uso de smartphones para se conectar entre os idosos já é maior do que o de aparelhos mais tradicionais: 61,1% utilizam os smartphones, 53,6% usam os computadores tradicionais de mesa, 37,7% o notebook e 11,4% o tablet.

Ainda que o smartphone seja o principal meio utilizado para se conectar, o uso de aplicativos para esse aparelho ainda não é significativo: praticamente cinco em cada dez pessoas entrevistadas (47,9%) possuem celular, mas não usam nenhum app no dia a dia, contra 27% que usam. Os mais frequentes são os de transações bancárias (11,8%), serviços de transporte individual (8,4%) e de viagens (6,3%).

A pesquisa mostra que entre as principais motivações para o uso da internet estão o relacionamento com familiares (62,9%), amigos (59,8%), a busca por notícias sobre economia, política, esportes e moda (47,8%), e informações sobre produtos e serviços (43,0%). Entre as redes sociais e aplicativos de celular mais utilizados pelas pessoas da terceira idade estão o Facebook (77,3%), o WhatsApp (73,5%) e o Youtube (39,8%).

Idosos dão nota 7,7 para a própria saúde

O levantamento do SPC Brasil e CNDL também mapeou o estilo de vida das pessoas da terceira idade e sua relação com questões referentes à saúde, beleza e lazer. Em relação à saúde, o resultado é positivo: 96,3% dos entrevistados afirmam manter algum cuidado, principalmente através de consultas médicas (54,5%), manter os exames em dia (49,3%) e evitar alimentos gordurosos (43,6%). Como consequência desses cuidados, a auto avaliação para a própria saúde teve uma nota média de 7,7, em uma escala de 1 a 10. No entanto, quase metade dos idosos brasileiros (48,9%) não possuem um plano de saúde, percentual que chega a 60,9% entre os pertencentes às classes C, D e E, ficando totalmente dependente da saúde pública e de consultas particulares.

Entre os entrevistados que praticam alguma atividade física (30,9%), a caminhada é a atividade mais recorrente (80,2%). Em média, os exercícios físicos são realizados 4 vezes por semana.

Em relação aos cuidados para se sentirem mais bonitos e confiantes 77,6% têm algum cuidado com este objetivo, sendo os mais frequentes ter uma alimentação saudável (41,4%), visitar regularmente o médico (35,9%) e pintar o cabelo (30,7%). A média da nota atribuída à aparência física, em uma escala de 1 a 10, também equivale a 7,7. A pesquisa revela ainda que 35,2% fazem tratamentos e atividades físicas para viver mais tempo, 11,6% dos idosos brasileiros fazem tratamentos para retardarem os efeitos do envelhecimento e 9,7% gostariam tudo o que tivessem para parecerem mais jovens.

Na categoria "lazer", percebe-se que os entrevistados da terceira idade gostam de diversas atividades e apenas 3% não fazem nada. Ver televisão (59,1%), ouvir música (32,9%) e navegar na internet (27,1%) são as atividades mais frequentes e 25,2% dos entrevistados passam boa parte do tempo com amigos.

Segundo a economista-chefe do SPC Brasil, para empresas que estejam interessadas em atender o mercado de consumo da terceira idade, é válido pensar em estratégias e ações de marketing que ofereçam novas oportunidades para esse público. "Os empresários devem pensar em novos produtos e serviços que possam despertar o interesse dos idosos, além de atividades que viabilizem a interação entre as pessoas. Este é um público que tem disposição e tempo para



investir em si mesmo e em seus relacionamentos”, explica Kawauti.

Metodologia

Foram entrevistados 619 consumidores com idade acima de 60 anos de ambos os gêneros e de todas as classes sociais nas 27 capitais brasileiras. A margem de erro é de no máximo 3,9 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%. Isso significa que em 100 levantamentos com a mesma metodologia, os resultados estarão dentro da margem de erro em 95 ocasiões.

Imprensa:

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinícius Bruno

(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Natalia Lima

(61) 3213 2022 | (61) 9 8139 8092

natalia.lima@inpresspni.com.br